

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan industri yang tidak memproduksi barang melainkan hanya memasarkan objek daya tarik wisata yang telah ada setiap daerah dan menyertakan pelayanan terbaik sebagai fasilitas penunjang kepada berbagai kelas masyarakat, industri ini membentuk sebuah kombinasi dari berbagai industri lain seperti perdagangan, industri makanan, transportasi dan industri perhotelan sebagai akomodasi.

Perkembangan industri pariwisata sendiri mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi perkembangan wilayah di daerah sekitar objek wisata, karena dapat bertindak sebagai industri sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah. Pariwisata dianggap mempunyai pengaruh besar, itu disebabkan karena pariwisata sebagai mesin penggerak perekonomian yang mampu memberikan kontribusi bagi kemakmuran masyarakat.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena memiliki makna tertentu misalnya, lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah dan peristiwa tertentu. Daya tarik wisata menjadi motivasi yang pertama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata.

Kabupaten Oku Selatan memiliki kekayaan pariwisata yang terdiri dari atas alam, baik pegunungan, pantai, laut maupun potensi alam lainnya. Goa Putri secara fisik memiliki daya tarik, baik dari segi keindahan lingkungannya maupun dari segi sejarah budayanya. Legenda si pahit lidah dan putri Dayang Merindu menjadi daya tarik tersendiri. Terlebih secara historis di Goa Putri dan sekitarnya menyimpan data-data arkeologis sebagai tempat hunian masa prasejarah yang menjadi akar budaya masyarakat sumatera selatan dan bangsa Indonesia. Dalam pengembangan

kepariwisataan, sarana pendukung perlu mendapatkan perhatian baik dari segi fasilitas umum juga pemberdayaan masyarakat sekitarnya. Berikut gambar wisata Goa Putri



**Gambar 1.1 Wisata Goa Putri**

*Sumber: <https://antaranews.com>, 2022*

Objek wisata Goa Putri mulai dibuka pada tahun 1989 memiliki panjang sekitar 150 meter dan lebar antara 8-20 meter dengan keindahan stalagtit dan stelagmit yang menghiasi goa. Stalagtit dan stalagmit ini memiliki bentuk beragam, ada yang besar seperti kubah ada yang memanjang dan menggantung. Di dalam goa tersebut terdapat sungai yang mengalir menuju pintu masuk goa.

Daya tarik adalah upaya atau kegiatan yang mempergunakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dari alam maupun budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menjadi sasaran tertentu guna untuk kunjungan wisatawan. “Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuru,2012)”.

Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor adalah salah satunya dipengaruhi oleh daya tarik wisata. Dengan adanya daya tarik mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung kesuatu destinasi wisata. Daya tarik wisata pada suatu destinasi dapat menjadi saingan dengan daya tarik lainnya. Oleh karena itu

penting pengelolaan daya tarik yang baik dan benar. Daya tarik wisata Goa Putri ini terletak pada nilai sejarah. Goa Putri memiliki keunikan dari ciri khas dimana tempat tersebut semuanya menjadi batu. Berikut data jumlah pengunjung objek wisata Goa Putri pada tahun 2018

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Goa Putri 2020**

No	Nama Objek wisata	Bulan	Banyak pengunjung
	Goa Putri	Januari	900
		Februari	800
		Maret	135
		April	-
		Mei	-
		Juni	-
		Agustus	585
		September	300
		Oktober	200
		November	117
		Desember	183
			Jumlah

*Sumber: Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan*

**OKU**

Pelaksanaan pengembangan suatu objek wisata tentunya berdampak pada lingkungan sekitar, sehingga dengan banyaknya pengunjung akan membuka peluang usaha seperti industri cinderamata, rumah makan, akomodasi, transportasi, pelayanan keamanan, dan kebersihan, sehingga dapat menjadi komoditi ekonomi rakyat. Pemerintah daerah sebagai fasilitator turut mendukung dengan kebijakan melalui deregulasi atau dengan peraturan daerah yang dapat mengakomodasi industri wisata Goa Putri ini

Selain daya tarik faktor promosi juga mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Promosi di era digital saat tidak terbatas hanya pada media cetak seperti surat kabar, brosur, dan majalah, namun, juga menggunakan teknologi niirkabel seperti internet. Perkembangan teknologi internet juga telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain kapan pun dan dimana pun orang itu berada serta dapat berbagi segala macam informasi tanpa hambatan ruang dan waktu. Sebab melalui internet, segala bentuk halangan geografis terhapuskan, batas negarapun ditiadakan. Dimanapun di dunia ini berada dapat tersambung melalui internet menurut (Hermawan, 2012) dalam Bagas & Siti (2016:2). Internet cukup mudah dan praktis untuk digunakan dan bisa dilakukan kapan saja, pengguna internet secara umum terdiri dari berbagai macam kalangan usia dapat menggunakan internet.

Promosi adalah strategi pokok dalam pemasaran suatu industri pariwisata. Peran serta organisasi-organisasi kepariwisataan seperti PHRI, ASITA dan polisi wisata. Peran serta organisasi-organisasi melalui program promosi wisata-promosi atau paket-paket tour. Suatu sisi yang menjadi perhatian di atas adalah aspek bisnis dalam dunia pariwisata tentunya perlu sarana dan prasarana pendukung seperti:

1. Membangun infrastruktur penunjang seperti fasilitas umum, *tours information, art trade, fasilitas jalan, transportasi, akomodasi*, dan pengamanan serta akses penerangan.

2. Promosi wisata secara terus menerus baik oleh pelaku pariwisata, pemerintah, dan pihak-pihak swasta
3. Menumbuhkembangkan seni budaya daerah dan memberikan penulisan tentang etika wisata dalam sapta pesona kepada masyarakat sekitar objek wisata Goa Putri.

Promosi produk wisata merupakan bagian terpenting dikarenakan dengan adanya promosi suatu destinasi wisata yang optimal akan membuat pasar luas mengenal destinasi wisata dengan baik. Tujuan adanya promosi diantaranya meningkatkan cita rasa suatu destinasi wisata, memberikan kebanggaan masyarakat lokal terhadap daerahnya. Dalam memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik wisata yang ada di Oku Selatan pengelola selalu melakukan kegiatan promosi agar wisatawan dapat mengetahui keberadaan Goa Putri dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Berikut tabel media publikasi yang digunakan dinas pariwisata & kebudayaan.

**Tabel 1.2**

**Media Publikasi Yang Digunakan Dinas Pariwisata & Kebudayaan**

No	Media Publikasi	Akun Media Publikasi	Keterangan
1.	Media Sosial	1. Fb: disparbud kebudayaan OKU 2. Ig: pariwisata dan kebudayaan OKU	Hanya ada 2 sosial media belum ada WA dan Blog

2.	Media cetak	3. Har ian pagi OKU Ekspres 4. Harian pagi Sumatera ekspres	Belum ada kerja sama dengan media cetak nasional dan luar negeri untuk dipublikasi
----	-------------	--	--

*Sumber: Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Oku, 2022*

Berdasarkan fenomena dan landasan teori yang telah di paparkan tersebut diatas maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat kunjung wisatawan karena dapat menjadi bahan untuk menentukan strategi dalam pengembangan destinasi wisata Goa Putri dimasa yang akan datang yang dilakukan oleh pengelola. Oleh karena itu, minat kunjung wisatawan dalam berkunjung sangat perlu diketahui. Atas dasar penjelasan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada GOA PUTRI Oku Selatan**”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata mempengaruhi minat kunjung ke Goa Putri?
2. Apakah faktor promosi media sosial mempengaruhi minat kunjung ke Goa Putri?
3. Apakah ada pengaruh parsial dan simultan antara daya tarik wisata dan promosi media sosial terhadap minat kunjung ke goa putri?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan peneliti lebih terarah, fokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis akan membatasinya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Destinasi yang akan diteliti adalah goa putri
2. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berumur diatas 17, sudah pernah mengunjungi goa putri minimal 1x, serta mengetahui destinasi wisata ini dari media sosial (*instagram dan facebook*)

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan ke Goa putri.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan ke Goa Putri.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengimplemtasikan tentang pengaruh dayatarik wisata dan promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan ke Goa Putri Oku Selatan. Manfaat bagi penulis, penelitian ini sebagai media pembelajaran supaya memperoleh pengetahuan dan pemahaman antara teori dan praktek di lapangan serta sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan berfikir iliah dan kemampuan dalam mengatasi masalah, dan salah satu syarat untuk

menyelesaikan mata kuliah skripsi untuk memperoleh gelar sarjana terapan pada program studi Usaha Perjalanan Pariwisata.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Manfaat praktis diharapkan menjadi masukan dan informasi bagi pihak-pihak luar atau pihak yang bersangkutan, seperti:

1. Bagi Dinas dan kebudayaan kabupaten Oku untuk dapat mengevaluasi kinerja bidang pengelola agar dapat melaksanakan tugas membranding obyek wisata Goa Putri.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi untuk mengkaji topik yang berkaitan dengan masalah ini.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai aktivitas pengelola obyek wisata Goa Putri.